

界面设计中的色彩心理研究

薛月妃

(泰国格乐大学 10220)

摘要:随着数字化时代的发展,界面设计成为了软件设计重要的一个分支。在视觉传达中,色彩作为重要的组成元素,影响着用户对于软件的第一选择意愿。如何在界面设计中运用好色彩心理学,利用色彩来引导用户视线、降低软件交互难度等,从而使得用户有更高质量的用户体验。本文就将从色彩心理学和界面设计的内涵、界面设计的原则以及色彩心理学在界面设计中的应用等方面来开展分析和研究工作,进而总结出界面设计中的色彩心理应用特点,以供参考。

关键词:色彩心理学;界面设计

一、引言

随着计算机的问世,科学技术的快速发展,有关色彩心理学的应用和研究也越来越广泛,使得设计师们开始关注色彩心理学在界面设计中的应用。良好的配色能使界面设计更加实用,美观性、实用性更强,有效提高界面整体的设计水平。色彩心理学在界面设计中的运用,满足了用户对界面设计水平提高的要求,虽然色彩心理学尚未被心理学家族正式接纳,但确实一定程度上影响着人们的行为与心理。从各类色彩心理影响用户操作的界面案例中可知,研究界面设计中色彩心理学有着一定研究意义,对界面设计水平的提高有着实质性作用。归纳色彩心理学在界面设计当中的有效应用,加深对色彩心理学的研究和开发,增强界面设计中色彩心理的应用水平,使界面设计能够发挥出更大的价值。

二、色彩心理学和界面设计的内涵

(一)色彩心理学内涵

色彩心理学是对色彩研究和分析的一项学科,是一门通过分析人对于色彩的感知所产生的心理变化,从而进行具体的心理状态研究的学科。目前为止,心理学研究体系中还没有完全的接纳色彩心理学的学科内容,但针对色彩对心理影响的研究领域提供了辅助价值。通过对人类生理机制的共通性的了解可知,色彩对于人类的心理也有着相似的影响,而对色彩心理学的研究,可以分析出人类对哪种颜色会更容易感知和被肉眼所捕获,给人类带来强烈的心理反应,在视觉经济发展势头较强的今天,色彩心理学也迎来了其发展的黄金时段。

色彩虽然是一种客观存在的物质,但会给人们带来主观上的感受,例如:反应和行为刺激,人们在生活中会遇到各种各样的颜色,例如常见的彩虹的七种颜色,分别为赤、橙、黄、绿、青、蓝、紫。丰富的颜色会给人们带来丰富的心理感受,从而引起人们不同的行为反应。在各类界面设计中灵活运用色彩心理学,不仅能够使用户视线按照设计师预设的视觉顺序进行移动,还能够有效的渲染界面所要表达的情绪氛围,达到引导用户操作的目的^[1]。

(二)界面设计的内涵

界面设计即 UI 设计,是人与机器之间传递和交换信息的媒介,其中包括了硬件界面和软件界面,是计算机科学与心理学、设计艺术学、认知科学和人机工程学的交叉研究领域。当下界面设计的应用领域十分广泛,如在网页界面设计、游戏界面设计、智能设备界面设计等,它已融入到人们生活当中的方方面面。

正所谓,"人靠衣装,佛靠金装",人们会自然地为一件美丽而实用的产品产生更高的选择意愿,因此当一个产品在推出市场之前,应当保证其同时具备美观性和协调性,从而提高人们的购买欲和持续使用产品的欲望。因此可以说,界面设计是提高数字产品美观性的重要"外衣",优秀的界面设计可以精准表达产品的定位,强调品牌个性与特点。在完美的"包装"下必然能够吸引到更多用户的注意力,从而提高产品的市场竞争力。

在数字化时代的背景下,各类数码产品早已成为人类生活

中不可替代的工具,优秀的界面设计随处可见,在这新环境下大众的人文精神与时俱进,人们开始关注自身的体验,审美与情感体验需求随之攀升。对软件操作界面的美观性、协调性、实用性和便捷性有着更高的要求,因此,过去单纯表面好看的界面设计已经不能满足当下用户的需求,还应当在界面设计当中融入色彩心理学的内容,使得用户的使用心理能够被精准的分析 and 把握,确保产品能持续提供高质量的交互体验。

三、色彩心理学在界面设计中的应用现状

色彩心理学促使界面设计不会仅停留在技术层面,还能从心理学角度保证界面设计的完整性,有效的推动界面设计的进步和发展,给用户带来更好的软件使用体验。但我们也不得不承认过去色彩心理学在界面设计的推广和完善力度是不够的,社会许多设计团队在进行界面设计时,并没有充分的将色彩心理学的理念应用到界面设计当中,即使部分团队对色彩的应用有基本的认知,但依旧没有意识到建立起完善的、系统的界面配色机制的重要性,使得色彩心理在界面设计中毫无用武之地,从而无法发挥其在视觉辅助、心理暗示上的作用,影响了界面设计的水平^[2]。

但近年色彩心理学相关的研究与应用逐渐增多,各大设计领域也开始关注色彩心理学的概念和应用技术。色彩心理的引用使得界面设计能够更加的快速、有效地解决用户所需要解决的问题。尽管当下色彩心理学在我国的发展还不足以完全的成熟和完善,但也有许多的界面设计在项目开发当中加入了色彩心理学原理,并逐一验证。色彩心理学的应用领域在不断拓宽,研究也逐步深入,相信不久的将来色彩心理学会逐渐形成体系,切实应用到各行各业当中。

四、色彩心理学对界面设计的重要性和作用

(一)色彩心理学对界面设计的重要性

大量文献证明色彩能够对用户的心理和行为产生影响,因此开展界面设计工作,必须要重视对色彩心理学的应用,只有提升界面设计中的色彩心理水平,才能对界面设计的价值进行充分的发挥。除此之外,色彩保持界面一致性的特点,能够让界面设计的风格更为统一。

增强对色彩心理学进行学习,能够使得界面设计师充分意识到色彩对于用户所产生的影响,从而更灵活地在界面中运用色彩色彩调提高界面质量,保证界面整体设计的美观性、艺术性、功能性。

从界面的功能出发,充分发挥色彩对用户心理的影响,将色彩的社会性、自然属性等特点最大程度的发挥到界面设计当中,使色彩和界面功能进行有效的结合,从而让界面中的各类功能得以最大程度上的增强,使得界面的实用性、整体美观性显著提高,并将 UI 设计的整体水平提高到一个新的高度^[4]。

(二)色彩心理学在界面设计中运用所产生的作用

界面设计工作开展过程中,应当遵循用户思考习惯、灵活性、实用性、美观性、简易性、安全性等多个原则^[3],这些设计原则的遵守,能够为界面设计整体思路的展开提供引导作用,从而有效保证产品的界面质量。

在以上的设计原则中,许多都与色彩的应用有着紧密的联系,界面设计师在进行设计工作时可以通过色彩分析来遵循特定的设计原则,即将色彩与设计原则紧密联系起来。

例如,在安全性的设计原则中,界面设计师可以通过利用红色来表达警告、禁止的意思,用绿色表示通畅、允许的意思。鲜红色按钮对用户访问非安全信息时提供警示和再确认的心理暗示。绿色的按钮能提高用户安全感,并加强点击进入下一页面的意向。这些实例都可以深刻的表明色彩心理学对于界面设计所产生的影响和作用。

五、界面设计的原则

(一) 实用性原则

优秀的界面首先强调的是功能性,即实用性。在进行界面设计时,需要对各类部件进行合理的布局安排,确保界面结构的合理性,保证用户在使用过程当中拥有一个便捷、流畅的使用体验;在对界面进行交互设计时,除了要保证用户在空间使用时所需要的私密性,还要让其有合理的探索空间,且界面功能必须与用户的使用需求相适应。因此,为保证界面的实用性,设计师必须针对不同的功能目标而做出相应的界面设计,设计过程还应当考虑各类因素对界面设计的影响,在保证好界面的协调性的同时,还可以通过色彩的巧妙运用,表现出各级界面的视觉差异性,让用户快捷地理解软件的用途及操作步骤,从而保证界面设计的实用性原则。

(二) 美观性原则

美观性原则,是指当界面设计师通过对文本、颜色、图标、动效、布局等进行良好的设计后,使整体界面内容工整美观并相辅相成时,所呈现出一种舒适美观的视觉感受。一个完美的用户界面,除了要具备良好的实用性,还要保证它能够表现出一定的艺术美感。人类是视觉性动物,对于一个视觉逻辑清晰而美观,同时布局规整而具有细节的用户界面必然是心生好感的,因为美能让人产生愉悦感。即使人们不会把界面的美观性作为选择的第一要素,但也会作为一个必不可少的设计参考要素,因为在界面使用过程中能够给用户带来更多美的享受,艺术的熏陶,保持用户在使用过程时的愉悦性、新鲜感,从而提高自己学习、工作以及生活的质量。

(三) 易用性原则

界面设计本质上是人与机器之间传递和交换信息的媒介,因此界面设计必须坚持以人为本的设计理念,贯彻易用性设计原则。为达到这一目标,要求设计师在设计之前必须清楚产品的开发目标,了解目标用户的能力特点和使用喜好,并进行理性的分析,确保界面交互的细节和操作要与用户的操作喜欢相符合。与此同时,还要对软件的操作步骤和各层级的信息进行简化处理,必要时还需要在界面上标注一些简单的操作提示,使得用户能够在极短时间内掌握用法,甚至根据个人的生活常识、基本逻辑以及使用经历即可进行软件的操作。

(四) 可视性原则

界面设计中的可视性原则指的是,界面视觉中心明确,各元素优先级一目了然,不增加用户额外的视觉负担。只有遵循这种高可视性的原则,才能减轻交互负担,提高用户的操作效率,进而增强用户对产品的粘性。例如,百度网页的主页在较大且明显的位置内设置了搜索框,重点突出了该搜索引擎的主要功能。因此,在开展界面设计工作时,应当始终坚持可视性的原则,减少用户初次使用产品时的学习成本。

(五) 连贯性原则

设计师在进行界面设计时,需要对界面中各元素的连贯性进行考虑,使得用户了解产品时,能够最大程度保证信息传递的快速性、准确性以及有效性,给予用户流畅的使用体验。在界面实际中坚持连贯性原则,能保证最终整体的设计成效与预想的设计目标是统一的、基本一致的,能使用户与信息之间的交互性显著的提高,与此同时,还要对不同类型的用户群体进行划分,例如对学生、上

班族、家长等群体进行划分,对此类不同用户群体开展相关信息的研究和分析,保证用户能够在界面设计的界面中满足自身的使用需求^[5]。

六、色彩心理学在界面设计中的应用

(一) 色彩在界面设计中的心理暗示

心理暗示具体表现为人类对色彩的感知深度,是通过色彩来完成对人类催眠的一种方式,例如,利用色彩对人类建立起条件反射,我们在看到红色就可以想起红灯以及网页中的警告信息等等,看到绿色就可以想起建筑内的安全出口的警示牌等等。或者通过对人们过去经历中场景的颜色进行还原,可以激发人类对于某件印象深刻的事情的心理反应。

在界面设计当中,设计师可以通过色彩心理学原理来对用户进行一定的心理暗示,例如在WPS软件中,普通用户登录的整体颜色为蓝色,较为大众,色彩冲突的感受不够强烈,但当用户成为会员后,用户的登录的整体颜色就变成了黑金色,营造出尊贵的视觉效果,给用户带来高等级心理优越感。这种通过颜色区分会员等级和服务权限的不同,能在一定程度上产生刺激引导用户去开通会员的心理暗示。

(二) 色彩在界面设计中的视觉刺激

人类对于色彩的感知在大部分情况下是基本一致的,这与人类对色彩的心理颜色界定有关,例如人们普遍认为黑色代表着冷漠、严肃、威严,认为红色代表热情、激动、活泼、危险;绿色代表健康、和平、顺利。这些色彩心理联想都源自于人们生活中的经验。在界面设计当中,设计师可以结合不同色彩特征去刺激用户心理,从而进一步增强用户的沉浸式体验。例如,在枪击类角色扮演游戏当中,当玩家所扮演的角色面临危险或受到严重伤害时,界面中会通过大面积鲜红的血迹来刺激玩家视觉,强化当下的危机感,从而引起玩家的恐惧心理,使游戏体验更为真实。

(三) 色彩影响用户的持续使用感受

人们天然渴望新鲜的事物,如何通过界面设计给用户带来持续的新鲜感?虽然界面的交互功能是固定的,但在面对特殊情况或功能时,可酌情改变界面中固定的色彩搭配或图案,从而形成新的设计组合,给用户带来新的视觉刺激,这种特殊化处理的设计方式在界面设计中较为常见。以微博的界面设计为例,微博的主界面在特定节日会做出相应的变化,各个节日有着相应的颜色搭配,重复性概率较小,使得用户的持续适应感受被有效的关照到,对于经常使用微博的用户来说,颜色成为他们识别微博活动的重要元素,这也就是色彩对用户持续使用感受产生深刻影响的体现。

结束语:

综上所述,色彩心理学在界面设计中发挥着十分重要的作用,不仅影响着用户对界面的初印象,还影响着用户对软件使用的持续程度。随着用户对界面设计要求的提高,进而深入研究色彩心理在界面设计中的运用显得尤为重要。优化色彩能提升界面设计中的情感与艺术水平,使用户的使用体验感有所增强,促进界面设计的发展,使得软件的使用寿命有所增强,并在这个竞争激烈的市场中保持竞争力。

参考文献:

- [1] 国誉译.色彩心理学在餐饮空间设计中的应用探讨[J].流行色,2022(5):3.
- [2] 赵慧雯,王健.微交互下的UI色彩心理学探究[J].大观,2020,No.202(02):79-80.
- [3] 郑黄昱.色彩心理学在UI设计中的应用[J].艺术品鉴,2019:245-246.
- [4] 戴文雅,叶方.研究色彩心理学在用户界面设计中的应用[J].设计,2021:0961-0981.
- [5] 王晓杰.论UI设计中的色彩心理学运用[J].艺术家,2020,000(006):P.98-98.